

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПРОЯВЛЕНИЯ НАЦИОНАЛЬНОГО МЕНТАЛИТЕТА В ГАЗЕТНОМ ТЕКСТЕ

О. Г. Соколовская,

доцент, кандидат филологических наук,
доцент кафедры иностранных языков и методики преподавания иностранных языков
Мозырского государственного педагогического университета имени И. П. Шамякина,
г. Мозырь, Республика Беларусь
E-mail: olgasokolovskaya2023@mail.ru

В. В. Батура,

студентка 4 курса филологического факультета
Мозырского государственного педагогического университета имени И. П. Шамякина, г. Мозырь,
Республика Беларусь
E-mail: baturavaleria0@gmail.com

Статья посвящена рассмотрению особенностей национального менталитета на материале газетных онлайн статей. Выявляются ключевые темы публикаций, в которых проявляется менталитет разных стран. Анализируются языковые способы выражения менталитета на примере отдельных наций.

Ключевые слова: менталитет, стереотип, ценности, газетный текст

LINGUISTIC FEATURES OF THE NATIONAL MENTALITY MANIFESTATION IN THE NEWSPAPER TEXT

O. G. Sokolovskaya,

associate Professor, Cand. Phil. D., associate Professor of the Department of Foreign Languages and
Methods of Teaching Foreign Languages of Mozyr State Pedagogical University named
after I. P. Shamyakin, Mozyr, Republic of Belarus
E-mail: olgasokolovskaya2023@mail.ru

V. V. Batura,

4th year student of the Faculty of Philology
of Mozyr State Pedagogical University named after I. P. Shamyakin,
Mozyr, Republic of Belarus
E-mail: baturavaleria0@gmail.com

The article is devoted to the consideration of the peculiarities of the national mentality based on the material of online newspaper articles. The key topics of the publications, which show the mentality of different countries, are identified. Linguistic ways of expressing mentality are analyzed using the example of particular nations.

Keywords: mentality, stereotype, values, newspaper text.

Введение. Информационные источники сети Интернет являются на сегодняшний день одним из основных способов получения информации о том, что происходит в мире, о политической, социальной и культурной жизни как в своей стране, так и за рубежом. Газетные онлайн статьи доступны каждому, а особенности газетного жанра делают тексты легкими для понимания и оценки. На материале газетных онлайн публикаций возможно узнать не только определенные факты, но и получить представление о людях другой страны, о народе в целом.

Цель и задачи. Цель данной статьи – выявление и анализ языковых способов проявлений национального менталитета в англоязычных газетах.

Для достижения этой цели необходимо решить следующие задачи:

- 1) рассмотреть понятие «менталитет» и способы его выражения;
- 2) провести сравнительный анализ публикаций из различных изданий, выявить ключевые темы и образы, которые способствуют выражению национального менталитета;
- 3) выявить языковые способы проявления национального менталитета на материале газетного текста.

Методы и материал исследования. В ходе исследования были применены метод сплошной выборки, метод контекстного анализа, лингвокультурный анализ газетных статей. Материалом исследования являются англоязычные газетные онлайн публикации (2020–2024 года выпуска) из источников The Guardian, BBC, The Atlantic, The New York Times, China Mike, что делает результаты значимыми для понимания тенденций в англоязычной журналистике.

Результаты и их обсуждение. На данный момент существует множество трактовок и вариаций понятия «менталитет». Этот термин широко используется в научных дискуссиях для описания различий между рациональным мышлением и сознанием. В одном из словарных определений «менталитет» рассматривается как «осмысление мира, прежде всего с помощью образов, окрашенных эмоциональными и ценностными ориентациями, тесно связанными с традициями, настроением, чувством» [1, с. 350]. Национальный менталитет в данной работе можно рассматривать как «глубинные структуры культуры, определяющие на протяжении длительного времени этническое своеобразие. Это постоянная система ценностей, сформированная определенным этносом» [2, с. 8]. Таким образом, национальный менталитет формируется на основе качественных характеристик народа, стереотипных представлений о нем и его ценностях на определенном историческом этапе.

Анализ газетных статей позволяет выявить особенности языковой экспликации национального менталитета представителей разных стран. В исследуемом нами языковом материале в центре внимания находятся британцы, американцы и китайцы.

Рассмотрим первый фрагмент статьи «*A hostile mentality towards migrants has taken hold in Britain*» из газеты The Guardian от 19 августа 2024 года [3].

The “hostile environment” for illegal immigrants, a longstanding policy adopted by both Labour and Conservative governments since the 2000s, has been playing a key role in consolidating a racist culture in Britain.

Статья начинается с констатации факта о враждебном менталитете (*hostile mentality*), что сразу создает отрицательную атмосферу и подчеркивает предвзятое отношение к мигрантам. Применение формулировки «*hostile environment*» (*враждебная среда*) указывает на то, что данный подход имеет системный характер, что подтверждается политическими решениями и социальными практиками. Фраза «*consolidating a racist culture in Britain*» указывает на глубоко проникающую в национальное сознание позицию, которая определяет отношение к мигрантам. В исторической перспективе, как колониальная держава, Британия сформировала ценностную систему, в которой коренные жители считаются «нормальными», а иностранцы – «чуждыми». Это порождает стигматизацию, нарушение прав и поддержание консервативных взглядов.

Следующая статья для рассмотрения и выявления национального менталитета взята из электронного источника BBC от 2 ноября 2020 года под названием «*The truth about British stoicism*» [4].

Brits, according to many outsiders, are reserved, repressed, resilient, unemotional and self-controlled. But how did the “stiff upper lip” become so closely associated with Britain?

В статье формируется образ британцев на основе таких характеристик, как «*reserved*» (сдержанный), «*repressed*» (подавленный), «*resilient*» (устойчивый), «*unemotional*» (безэмоциональный), «*self-controlled*» (обладающий выдержкой). Создается впечатление, что описываемая нация не проявляет своих эмоций и предпочитает сохранять дистанцию в межличностных отношениях. Семантика текста соответствует стереотипу о том, что британцы славятся своей сдержанностью и умением управлять своими чувствами. Фраза «*stiff upper lip*» (жесткая верхняя губа) выступает в качестве культурного символа, который ассоциируется с характером британцев. Употребление фразы в статье дополняет представление о британцах, олицетворяет их стойкость и способность сохранять самообладание в трудных ситуациях. Таким образом, национальный менталитет формируется на основе внешнего портрета и поведенческих характеристик людей.

Далее следует фрагмент статьи из электронного газетного источника The Atlantic от 14 августа 2023 года [5].

HOW AMERICA GOT MEAN

In a culture devoid of moral education, generations are growing up in a morally inarticulate, self-referential world.

В этом контексте фраза «*a culture devoid of moral education*» (культура, лишенная нравственного воспитания) указывает на отсутствие этических принципов в обществе. Данная фраза подчеркивает нехватку нравственного воспитания и свидетельствует о том, что общество не придает ценности этическим стандартам, что можно рассматривать как знак культурной деградации. Также использование лексемы «*devoid*» (лишенный) придает высказыванию отрицательную коннотацию, подразумевая, что в прошлые времена у американцев существовали более высокие моральные критерии жизни. Кроме того, в названии статьи указана страна, о которой пойдет речь, и содержится авторская характеристика нации за счет лексемы «*mean*» (подлый, низкий), что программирует читателя на соответствующее восприятие. Целостное формирование национального образа, а именно изменение этого образа в худшую сторону, в статье осуществляется за счет лексических средств (прямое лексическое значение, дополнительные коннотации), графических средств (передача слова заглавными буквами), структурной организации (использование семантически значимых слов в сильных позициях текста).

Для сравнения рассмотрим еще одну статью об американцах, опубликованную в одной из самых известных газет The New York Times от 26 мая 2021 года под названием «*Everyone Thinks Americans Are Selfish. They’re Wrong*», в которой также раскрывается менталитет данной нации [6].

Whether America’s individualism is a source of pride or concern varies. Some people extol this mind-set as a source of our entrepreneurial spirit, self-reliance and geographic mobility. Others worry that our individualism is antithetical to a sense of

social responsibility, whether that means refusing to wear masks and get vaccinated during the pandemic or disrupting the close family bonds and social ties seen in more traditional societies.

В заголовке статьи слово «everyone» выражает общую точку зрения и указывает на существующие стереотипы о жителях США как об эгоистичных личностях. Такое обобщение может говорить о том, что восприятие американцев формируется на основании предвзятых мнений и культурных клише. Выражение «*They're wrong*» (*Они ошибаются*) не только опровергает это представление, но создает основу для его переосмысления. Употребление лексемы «*wrong*» также подчеркивает уверенность автора в своем мнении и может рассматриваться как намерение изменить общее представление. Выражение «*a source of pride or concern*» (*источник гордости или беспокойства*), создает ощущение противоречия, что играет ключевую роль в восприятии стереотипов американской культуры, в которой ценности могут создавать как положительный, так и отрицательный образ. Понятия «*entrepreneurial spirit*» (*предпринимательский дух*), «*self-reliance*» (*уверенность в себе*) и «*geographic mobility*» (*географическая мобильность*) соотносятся с положительными аспектами индивидуализма, в то время как выражения «*refusing to wear masks and get vaccinated*» (*отказываясь носить маски и проходить вакцинацию*) и «*disrupting close family bonds*» (*разрушение тесных семейных уз*) иллюстрируют негативные проявления менталитета того же народа.

В следующем фрагменте статьи «*Why Chinese Don't Smile at Strangers*» из электронной газеты China Mike от 4 мая 2024 года представлены особенности национально-культурной информации о китайцах и их отношении к незнакомцам [8].

If you're from a culture that encourages smiles when greeting strangers or service people, or saying hello to strangers on the street, you may need to adjust this practice if you plan on venturing to China. The Chinese do not smile at strangers, foreign or not. Chinese society has always had a strong focus on the family (as well as those in their guanxi network). On the flip side, however, the Chinese tend to be indifferent — suspicious or sometimes hostile even — towards strangers and those outside their network.

В статье лексика, отражающая менталитет китайского общества, проявляется через множество ключевых слов и выражений, указывающих на культурные установки. Упоминание семьи и «*guanxi network*» (*помощь, поддержка*) подчеркивает коллективистский подход, при котором главным акцентом является поддержание тесных дружественных связей с родными и знакомыми, тогда как лексемы «*indifferent*» (*безразличный*), «*suspicious*» (*подозрительный*) и «*hostile*» (*враждебный*) имеют негативную эмоциональную окраску и передают соответствующее отношение к незнакомцам.

На фоне этого контраста формируется ментальная парадигма: культура, где эмоциональная дистанция и осторожность по отношению к посторонним считаются нормой, формирует представления о дружелюбии и корректности внутри группы близких людей. Отсутствие улыбки считается не признаком неприязни, а выражением уважения к личной свободе и приватности. Такой нестандартный подход к взаимодействию с окружающими говорит о глубоком уважении к социальным границам.

Выводы. В результате анализа всех статей из англоязычных изданий, можно выделить главные темы, интересующие читателей, и ключевые аспекты,

характеризующие менталитет разных наций. В газетах обсуждаются политические, социальные, культурные и другие изменения в обществе определенных стран, например, проблема мигрантов, вакцинация от covid-19, нравственные качества людей; также показывается общественное отношение к этим изменениям.

Основные языковые особенности этнического своеобразия проявляются за счет средств лексического, семантического и синтаксического уровней, а также культурных ассоциаций, образов и стереотипов. Идентификатором национального менталитета на лексическом уровне можно назвать прилагательные, которые чаще имеют отрицательную коннотацию. Отдельные словосочетания, лексические повторы создают характерную атмосферу в тексте газетной статьи. Описание внешности и поведения также может являться символичным.

Кроме того, на восприятие материала в статьях оказывает влияние его синтаксическая организация. Например, краткие и четкие предложения подчеркивают сдержанный стиль общения и осторожное выражение эмоций. Упоминание страны или характеристика нации в заголовке, т. е. в сильной позиции текста, акцентирует внимание на конкретном качестве или стереотипе и формирует соответствующий образ при прочтении всей статьи. В некоторых текстах прямо указываются определенные идеалы и ценности конкретных наций (ценность семьи для китайцев, уверенность в себе для американцев и т. д.).

Все упомянутые языковые особенности тесно связаны со стереотипами о разных культурах. Языковые единицы в контексте газетных статей, которые отражают динамическое развитие общества, становятся ключевыми компонентами выражения национального сознания, характера, ценностей, которые объединяются понятием «менталитет».

Список использованных источников

1. Ожегов, С. И. Словарь русского языка / С. И. Ожегов; под ред. Н. Ю. Шведова. – М. : Азбуковник, 1987. – 744 с.
2. Воронина, Н. И. Национальный менталитет как действующий и системообразующий фактор культуры / Н. И. Воронина, Н. Л. Новикова // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. Социальные, гуманитарные, медико-биологические науки. – 2017. – № 2–1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/natsionalnyy-mentalitet-kak-deystvuyuschiy-i-sistemoobrazuyuschiy-faktor-kultury> (дата обращения: 28.02.2025).
3. Известия Самарского научного центра Российской академии наук. Социальные, гуманитарные, медико-биологические науки / глав. ред. – Э. А. Радаева. – 2017. – Т. 19. – № 2.
4. A hostile mentality towards migrants has taken hold in Britain. – 2024. – URL: <https://www.theguardian.com/uk-news/article/2024/aug/19/a-hostile-mentality-towards-migrants-has-taken-hold-in-britain> (дата обращения: 28.02.2025).
5. Olivier Guiberteau The truth about British stoicism / Olivier Guiberteau // BBC. – 2020. – URL: <https://www.bbc.com/travel/article/20201101-the-truth-about-british-stoicism>. (дата обращения: 29.02.2025).
6. David Brooks HOW AMERICA GOT MEAN / David Brooks // The Atlantic. – 2023. – URL: <https://www.theatlantic.com/magazine/archive/2023/09/us-culture-moral-education-formation/674765/sm> (дата обращения: 29.02.2025).
7. Everyone Thinks Americans Are Selfish. They're Wron. – 2021. – URL: <https://www.nytimes.com/2021/05/26/opinion/individualism-united-states-altruism.html> (дата обращения: 29.02.2025).
8. Why Chinese Don't Smile at Strangers | "In" & "Out" Groups. – 2024. – URL: https://www.china-mike.com/chinese-culture/in-out-groups/#google_vignette (дата обращения: 29.02.2025).